



УСЛУГИ ПЕРСОНАЛЬНОГО СТИЛИСТА.
ТОВАРНАЯ ЛИНЕЙКА

УРОК 2.

РАЗБОР ГАРДЕРОБА

Разбор гардероба – это первоначальная услуга персонального стилиста.

Она возможна, как отдельная услуга.

Так и как услуга, которая оказывается непосредственно перед созданием базового гардероба, либо перед шопингом с клиентом.

Может оказываться как онлайн, так и офлайн.



КРАТКИЙ ПЛАН РАЗБОРА ГАРДЕРОБА

1. Клиент вытаскивает из шкафа абсолютно все вещи.

2. Делите совместно всё на три группы:

- вещи, которые клиент носит постоянно
- вещи, которые он надевает редко
- вещи, которые он не носит достаточно давно

Вещь из любой категории нужно оценить: подходит ли человеку цвет, покрой и соответствует ли она образу жизни клиента.

ПЕРВАЯ КАТЕГОРИЯ ВЕЩЕЙ

Оцените состояние вещей, которые клиент носит постоянно. Убедитесь, что вещь не устарела, не пришла в негодность (заметить это в суете будней часто просто не хватает времени).

Повреждения бывают разные. Катяшки можно легко удалить, и вещь будет как новая. Но если она вытянулась или появилось пятно, которое не отстирывается, с вещью лучше расстаться.

Если с вещью все в порядке, можно смело ее оставлять и работать с ней дальше — подбирать комплекты.

СОВЕТ:

подобрав комплекты и сочетания во время разбора гардероба, сфотографируйте их.

И пусть клиент держит их в своём телефоне или в отдельной папке на компьютере, чтобы в любой момент ими воспользоваться.

Когда перед глазами готовый look, клиенту проще ничего не забыть.

ВТОРАЯ ГРУППА ВЕЩЕЙ

То, что клиент носит редко, нужно примерить особенно внимательно.

Во второй группе вещи могут оказаться по нескольким причинам.

Например, это одежда выходного дня, которую большинство надевает не так часто. Нужно проверить, подходит ли вещь человеку. Бывает, что платью уже лет 20, и оно просто устарело.

Если вещь остается, нужно просто убрать её в чехол и спокойно отвесить в сторону от повседневной. Если нет — отправить в третью группу.

ТРЕТЬЯ ГРУППА ВЕЩЕЙ

Самая «любимая» и самая сложная — вещи, которые клиент давно не надевал.

Как заставить клиента избавиться от вещей, отложенных на всякий случай для пикников, шашлыков, дач и тому подобное? И в результате лежащих в шкафу мертвым грузом.

Есть простой психологический трюк.

Совет: если с вещью очень не хочется расставаться, сложите её в пакет и куда-нибудь уберите, чтобы она какое-то время не попадалась на глаза. Так проще дистанцироваться. Если через месяц клиент ловит себя на мысли, что уже и не помнит, что в этом пакете — пусть смело выбрасывает.

ЧТО ДЕЛАТЬ С ВЕЩАМИ ИЗ РАЗРЯДА «ЕСЛИ ПОХУДЕЮ»

Пусть клиент честно ответит себе на вопрос, а худел ли он когда-нибудь так на самом деле?

Есть люди, которые довольно легко переходят из размера в размер. Для них наличие такой полки вполне логично.

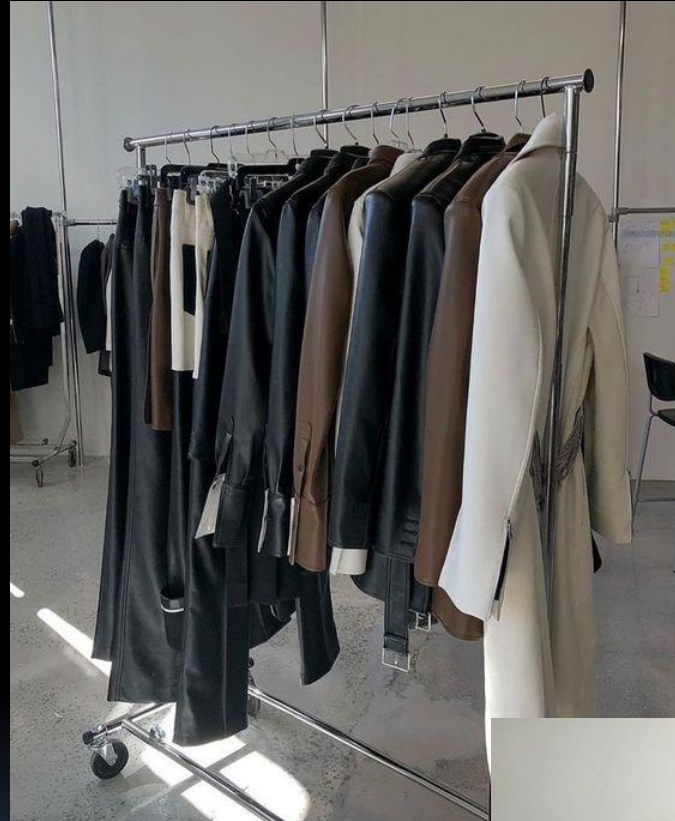
Но если такие мысли у него годами, и за это время ничего не произошло, смысла в таком хранении нет.

БАЗОВЫЙ ГАРДЕРОБ

Базовый гардероб – это костяк, на котором держится основа стиля клиента.

Главное преимущество грамотно сформированного базового гардероба – все вещи в нём сочетаются друг с другом.

Услуга может оказываться как онлайн, так и офлайн.



КАК СОСТАВИТЬ БАЗОВЫЙ ГАРДЕРОБ

В первую очередь проанализируйте стиль и образ жизни клиента.

Нет универсальной формулы, подходящей каждому человеку, так как все мы разные. У нас разный образ жизни, нам комфортно в разных вещах, плюс каждый из нас разное транслирует во внешний мир.

Кстати, также учитывайте климатические условия места проживания клиента. Если он живёт, к примеру, на Севере, в его гардеробе будет большее количество тёплых вещей, нежели у клиента, живущего на юге.

В первую очередь, ОЦЕНИТЕ ГАРДЕРОБ КЛИЕНТА.

Здесь, по всем правилам, делается разбор гардероба. По схеме описанной выше.

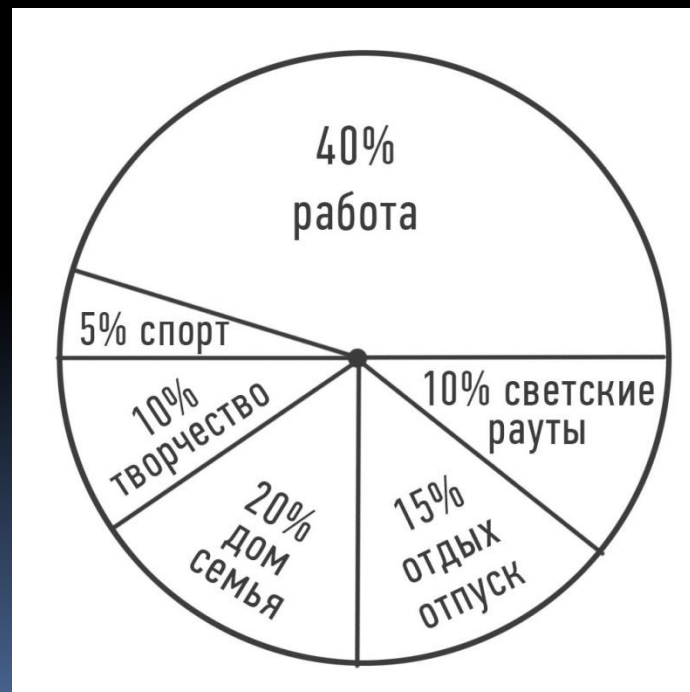
Плюс вы обязательно учитываете стиль клиента.

Далее, ЗАПОЛНИТЕ ПРОБЕЛЫ.

После разбора, когда часть вещей возможно устарела или потеряла внешний вид, и отправилась «на свалку», в гардеробе клиента остаются пробелы, которые нужно заполнить.

Для этого нужно ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ ОБРАЗ ЖИЗНИ КЛИЕНТА.

Здесь придёт на помощь вот такой круг.



Далее, СОЗДАЙТЕ ПРЕЗЕНТАЦИЮ.

Это вы можете сделать в удобной для вас программе/приложении.

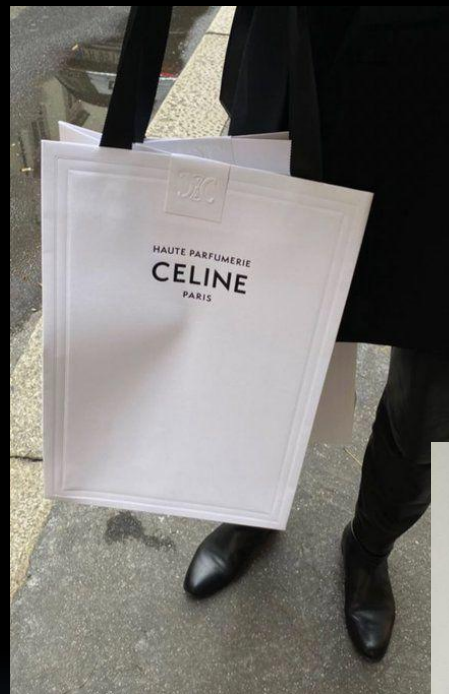
К примеру, я использовала Power Point.

ПОДБОР ОБРАЗА

Подбор образа или образов используется тогда, когда клиенту нужен определённый look к какому-то событию, мероприятию.

Или у него просто стоит некая задача, и ему нужно её решить «парой» образов.

Услуга может оказываться как онлайн, так и офлайн.



СУТЬ УСЛУГИ:

К вам обращается клиент с просьбой подобрать ему образ, к примеру, для какого-то вечернего мероприятия.

Вы обсуждаете все нюансы клиента (возможно, девушка не носит обувь на высоких каблуках) и мероприятия (есть ли дресс-код).

Далее – если клиент исходит из имеющегося гардероба, работаете с этим, если подразумевается покупка новых вещей, обсуждаете предпочтения и лимит по сумме.

ШОППИНГ

Вы можете организовать для клиента, как онлайн-шопинг, так и офлайн.



ОНЛАЙН-ШОПИНГ:

Вы можете быть с клиентом постоянно на связи, когда он идёт на шопинг, а вам присылает фотографии из примерочных.

Либо же ваш клиент хочет совершить покупки в онлайн-магазинах и просит помощи с выбором в составлении комплектов.

ОФЛАЙН-ШОПИНГ:

После обсуждения задач клиента, стилист совершает пре-шопинг. Либо заранее, либо в день шопинга за несколько часов до встречи с клиентом.

Это делается для того, чтобы клиент не тратил 5 часов, блуждая с вами по торговому центру.

ГАРДЕРОБ ДЛ Я ОТПУСКА

Отпуск – это тоже повод обратиться к стилисту.



ИТАК, ГАРДЕРОБ ДЛЯ ОТПУСКА.

Это некая капсула из вещей, которая поможет клиенту уехать в отпуск с одним чемоданом, а не с тремя)

Исходим из задач клиента – собирается он там лежать на пляже, а вечером гулять по набережной, или же планирует обойти все рестораны и ночные клубы.

Также клиент должен озвучить, сколько вещей он готов взять максимально. Если же вы создадите ему максимум образов из меньшего количества вещей, думаю, он будет только рад)

Скоро лето, сезон отпусков – хороший повод внести это в раздел своих услуг.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ

Как ещё может зарабатывать персональный стилист?

Вы можете продавать:

- чек-листы
- гайды
- марафоны
- интенсивы
- курсы
- закрытый клуб



ПОДРОБНЕЕ:

Всё перечисленное – это инфопродукты, которые вы можете создать для того, чтобы повысить прибыль и охватить большее количество людей.

Вы можете создать, как простые продукты, например, чек-листы, так и довести ваши услуги до продажи курсов по стилю.

И открыть Школу стиля, как вариант) Но для этого надо наработать опыт, разумеется.

ТОВАРНАЯ ЛИНЕЙКА

Товарная линейка – это последовательность ваших товаров и услуг.

Это крутой инструмент для генерации прибыли.

Клиент переходит из одной услуги в другую, вы сопровождаете его внутри линейки.



В ЧЁМ ЗАДАЧА ТОВАРНОЙ ЛИНЕЙКИ?

Она является хорошим инструментом для генерации прибыли.

То есть – если для продажи одного продукта вы вкладываете деньги в рекламу, то новый клиент – купил и ушёл.

Задача ТЛ – максимизировать прибыль с одного клиента в 3-5 раз.

В ЧЁМ ЗАДАЧА ТОВАРНОЙ ЛИНЕЙКИ?

При наличии товарной линейки нет зависимости от рекламы. Вы взаимодействуете внутри уже ваших привлечённых клиентов.

Поэтому...

Она хорошо подойдёт, если нет постоянных средств на рекламу. А также поможет поднять эффективность рекламы. Так как 1 вложенный рубль конвертирует уже 2 или 3 рубля.

ТОВАРНАЯ ЛИНЕЙКА – ОСНОВА АВТОМАТИЗАЦИИ.

Если вы будете привлекать клиентов с помощью воронок, то под каждый продукт придётся создавать новую воронку.

А когда у вас есть ТЛ, то в воронке вы просто заводите нового клиента на первый продукт и дальше ведёте его по ТЛ.

ТОВАРНАЯ ЛИНЕЙКА – ОСНОВА ДИСЦИПЛИНЫ.

Вы знаете, что вам делать и когда делать. Она ложится в основу вашей стратегии.

Вы будете в каждый момент работы понимать, какой продукт выпускать.

Бывает, какой-то продукт устарел. Нужно придумывать и выпускать новый. То есть весь цикл с нуля.

Проще – докручивать имеющийся и создавать новое, являющееся органичным продолжением, вкладывающимся в вашу ТЛ.

НА ТОВАРНУЮ ЛИНЕЙКУ ХОРОШО ЛОЖАТСЯ ВАШИ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ.

Вы уже заранее можете проанализировать и посчитать. К примеру, вы хотите 500 тыс., а ТЛ у вас на 300 тыс.

Также здесь хорошо, что вы не в конце года подводите итоги, а сразу можете всё просчитать.

ТЛ подходит ленивым и тем, кто не любит совершать действия вхолостую.

ЧТО ЕЩЁ ПОЗВОЛЯЕТ ТОВАРНАЯ ЛИНЕЙКА?

ТЛ –это костяк, который генерирует 80% прибыли.

Она помогает выстроить систему. То есть, если между вашими товарами есть сцепка, вы выстраиваете систему продаж.

Что означает – что люди, попавшие к вам, покупают у вас минимум несколько раз.